DOCUMENT RESUME

ED 271 999 FL 015 861

AUTHOR Scavillo, Anthony
TITLE The Commercial Course: Defense et Illustration.
PUB DATE May 85
NOTE 27p.; In: Proceedings of the Eastern Michigan University Conference on Languages for Business and the Professions (4th, Dearborn, MI, May 2-4, 1985); see FL 015 835.
PUB TYPE Viewpoints (120) -- Reports - Descriptive (141) -- Speeches/Conference Papers (150)

EDRS PRICE MF01/PC02 Plus Postage.
DESCRIPTORS *Business Administration Education; *Business Communication; College Second Language Programs; *Course Content; *French; Higher Education; *Languages for Special Purposes; Program Development; *Teacher Developed Materials

ABSTRACT

The development of commercial foreign language courses by colleges and universities would help to satisfy the need for language enrollments and the expressed need of the international business community for foreign language skills in American business employees. Three major problems inhibit commercial language course development: limited materials, college reluctance to permit foreign language departments to venture into this new territory, and finding competent teachers. In France, such courses have been offered for many years and in many fields. A commercial French course offered at Converse College in South Carolina includes French business letter writing practices, making and cancelling orders, shipping, discounts, billing, transportation, advertising, marketing, telephone use, the banking system, insurance, resume writing, and specialized vocabulary development. Students have requested content on the Common Market and French company types, and a follow-up course. The course has also resulted in the renewal of student interest in language study. Appendixes include information sources, examples of business letters, advertisements, and other instructional materials. (MSE)

****
* Reproductions supplied by EDRS are the best that can be made *
* from the original document. *
****

ED271999

THE COMMERCIAL COURSE: DEFENSE ET ILLUSTRATION

By

Anthony Scavillo

Assistant Professor of French and German

Converse College

Spartanburg, South Carolina

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION
Office of Educational Research and Improvement
EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC)

X This document has been reproduced as received from the person or organization originating it.

☐ Minor changes have been made to improve reproduction quality.

• Points of view or opinions stated in this document do not necessarily represent official OERI position or policy.

"PERMISSION TO REPRODUCE THIS MATERIAL HAS BEEN GRANTED BY

G Voght

TO THE EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC)."

FL 015861

BEST COPY AVAILABLE

SPARTANBURG
SOUTH CAROLINA
29301

The Commercial Course: Défense et Illustration

Modern-day problems in language teaching can in part be attributed to the growing gap between student desires and departmental offerings. There has been a tremendous growth of interest in the past few years in what is commonly called the "practical side" of language study. I find this term a bit misleading, because, for years now, language study has had a very practical aim: namely to enable the student to enter into the teaching profession. In the last 10-15 years we have seen fewer and fewer students interested in teaching, but language departments have, in general, made little attempt to adjust to this new reality.

Since my coming to Converse College in 1979, we have had one education major in languages; and many schools haven't had any in years.

One solution to dwindling enrollments and student apathy towards foreign languages would certainly be a greater variety in foreign language course offerings. I am by no means advocating that we try to establish language programs for each student's chosen profession, i.e. à la carte. Such an idea would dissipate the energies of the language department, and, in the end, satisfy neither students nor faculty. More and more departments are becoming interested in the study of commercial language, if for no other reason than that there has been a proliferation of business majors at all colleges and universities. Whether the school be liberal-arts oriented or not, you find students rushing to major in economics, statistics, management, finance, accounting, computor-science, etc.

With the ever-growing number of international contacts and dealings, it is becoming more and more apparent to educators and business executives around the country that a knowledge of more than one language and certainly an acquaintanceship with the customs of other countries--especially of their social rules for conducting business--are becoming more and more determinant in how well America survives the economic warfare of the 80's and 90's.

In an article in the summer 1984 issue of the Modern Language Journal (vol. 68, No. 2), it was noted that "the overwhelming majority of students attending U.S. business schools graduate with no serious exposure to the international dimensions of business."

At a seminar sponsored by the University of South Carolina (June, 1984) and held in Spartanburg for business-German educators, local German heads of industry strongly favored more foreign language study in the USA and especially deemed it necessary that their American employees have a better international business background. One of the speakers, Harald Behrend, vice-president of Zangs Corp., cited the example of the American business executive who, when quoted prices in Deutsche Marks, replied: "What is that in real money?".

Three very important problems arise when schools consider offering commercial courses:

1. the textbook. Over the years most textbooks have been geared not to a general public, but rather to a very select audience: students and tourists. In general they have covered such items as food (restaurant), the home, the educational system, shopping, etc. This rather biased choice of subjects tends to hinder rather than help increase enrollments. There are very few technical textbooks on the American market, but their number is increasing. In this respect, by the way, Europeans are far ahead of us.

2. college acceptance. Many colleges, especially small liberal-art colleges like my own, seem reluctant to permit foreign language departments to venture into what most faculty members see as a domain reserved exclusively for business departments. We often find an up-to-date version of the old quarrel between "les Anciens et les Modernes". Often the business department itself--ever jealous (as are we all) to protect "its" territory from encroachment--will set up formidable barriers to prevent any flight of students away from its ever-expanding reaches. To my great fortune, both Converse College and our business department highly support the commercial course I have set up and at present the business department is collaborating with us in establishing a major in international business.

3. the third problem is finding someone competent to teach the course. Most professors of modern languages know little or nothing about the business world and its particular language in their own country, let alone try to describe that particular aspect of a foreign country. Many others are simply not interested in delving into what they consider a very prosaic side of life. Several seminars and workshops are held each year in this country and in France, with the aim of not only drawing attention to the study of

technical language but also of preparing individuals to teach it. Last fall, S.C.O.L.T. devoted its whole conference to Expanded Horizons: Business and Industry. In France, in addition to the C.C.I.P., the Alliance Française, the Collège International de Cannes and the Ecole Supérieure de Commerce de Lyon all offer summer programs in commercial French. (hand-out no. 1)

In Europe, where a knowledge of foreign languages is essential for professional advancement, the practical course--whether it be commercial, scientific, medical, everyday--has been available for a long time. Introducing technical language into the foreign language curriculum in the USA is, on the other hand, a recent development.

The French, I find, have been able to more easily adapt to changing trends in language study than we have. Most French universities have no equivalent of our modern language department. Each language is considered an autonomous department. In addition, the different branches of the university (sciences, medicine, law, technology) all have their own language faculty that caters exclusively to their needs. During my eleven-year stay in France, I was a member of several different language teams, recruited to teach English to 1) scientific researchers and science majors, 2) majors in the School of Journalism; 3) in civil engineering; 4) in the School of Medicine; 5) in public relations and advertising. In addition I taught evening business-English courses for adults.

For each particular group a special program was devised without any problems. I do not think such a thing would be feasible in this country: our work-loads, rules and regulations and limited funds would preclude developing and offering so many different courses.

When I returned from my extensive stay in France (1968-1979), I brought back with me a wealth of information acquired first-hand through daily living and through the many years I taught English in a department of the Université de Strasbourg specializing in public relations and advertising. I also taught English at General Motors, Strasbourg (1973-1979), which helped to round out my "commercial" education. At Converse I quickly sensed the need amongst a number of students for a course in technical language, and I decided, with the school's permission and the department's backing, to offer a commercial French course during Converse's winter semester. It met with success and is now offered in alternate winters, the other winter being devoted to an advanced conversation course equally of my own devising. In addition to my winter course, my colleague, Dr. Jeri King, offers a course in French cuisine which always attracts more students than can be admitted.

My aim from the outset has been to introduce my American and rather insular students to the business world in France. I have not endeavored to explore any one aspect of that life in depth. Since my students bring with them varying interests and levels of proficiency, the only way to render the course workable and beneficial to all is to keep the material general.

A problem early on was finding adequate material in this country. Fortunately, I had brought back from France a great deal of material and decided to put together an introductory commercial French course relying on my own knowledge of French business terminology and practices and on material acquired in France. (show book)

One of my major concerns was to make the student aware of French business-letter writing practices, since these vary markedly from our own. With this aim in view, I showed them how to compose a business letter and established as an end-goal, in lieu of a term paper, a series of six letters representing the correspondence between two firms or an individual and a firm. It was up to the student to decide on the firm's product. (hand-out no. 2)

In addition to correspondence, I dealt with several other subjects: making and cancelling orders, shipping, discounts, billing, transportation, advertising, marketing, using the telephone, banking system, insurance. (hand-out no. 3) I ended the course with a study of how to write a résumé (C.V.) in French. (hand-out no. 4)

I have always considered vocabulary acquisition extremely important, and throughout the course give vocabulary quizzes involving no English. (hand-out no. 5)

After having taught the course three times, what conclusions can I draw? In general my students have been very satisfied with the course. At the end of the first course, they suggested I add the following information: the set-up of the Common Market; the types of French companies. This has been done. They also suggested that I add a follow-up course, but for budgetary reasons this has up to now not been possible.

Through this course I have been able to re-interest students in language study who were not at all interested in the traditional pattern of language courses and who had decided--inspite of their interest in and aptitude for languages--to end their language studies once the requirement had been fulfilled. Even students taking advantage of our Junior-Year-Abroad program tell me upon their return how useful the course was for them while they were in France.

With new high-school foreign language requirements being put into place throughout the country, entering college students will soon have better foreign language preparation before college and will thus easily be able to move quickly into specialized courses. We in the profession should prepare for this challenge. The commercial course is a step in that direction.

Seminars and Workshops, 1984-1985

USA

1. Eastern Michigan University
   Ypsilanti, Michigan

2. Le français des affaires: Strategies and Goals
   French School, Middlebury College
   Middlebury, VT 05753 (802) 388-3711, ext. 5523

3. Stage pédagogique et de perfectionnement du français des affaires
   Dr. Dominique Van Hooff
   Language Department
   College of Notre Dame
   Belmont, CA 94002 (415) 593-1601, ext. 258

FRANCE

1. C.C.I.P. (Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris)
   Enseignement/Relations Internationales
   14 Rue Châteaubriand
   75008 Paris tel. 561.99.00, ext. 451

2. Alliance Française
   Cours de français des affaires
   101 Boulevard Raspail
   75270 Paris, cédex 06 tel. 544.38.28

3. Collège International de Cannes
   Cours de français commercial donnant droit aux diplômes de la C.C.I.P.
   1, avenue Dr. A. Pascal
   06400 Cannes tel. (93) 47.39.29

4. Ecole Supérieure de Commerce de Lyon
   Introduction to the French Business Enterprise
   Dr. Robert Crane
   Centre de Coopération internationale
   23, avenue Guy-de-Collongue
   69130 Ecully

NOTES

Dictionnaires du français commercial
par Colette Verger Michael

Anderla, G., et G. Schmidt-Anderla. *Dictionnaire des affaires anglais-français, français anglais*. Paris : Delmas, 1972.

Arvy, A., et J. Lethuillier. *L'Art et l'émail : précis terminologique avec lexiques français-anglais et anglais-français*. Montréal : Sodilis, 1981.

Auger, P., et L. J. Rousseau. *Lexique anglais-français de l'industrie minière*. Québec : Office de la langue française, 1973.

Bacgy, Françoise. *Terminologie de la télévision : français-anglais*. Louvain : Université catholique de Louvain, 1971.

Bailey's Technical Dictionaries Catalogue 1979-1980. Fokestone Kent (England) : Warner House, 1979.

Bernard, Yves, et Jean-Claude Colli. *Vocabulaire économique et financier*. Paris : Ed. du Seuil, 1976.

Blok, C. *Dictionnaire illustré de la technique automobile en six langues : néerlandais, russe, anglais, allemand, français, italien*. Paris : Eyrolles, 1978.

Bucksch, H. *Dictionnaire des canalisations à grande distance, anglais-français-allemand*. Paris : Eyrolles, 1969.

Calsat, J. H. *Vocabulaire international des termes d'urbanisme et d'architecture, anglais, allemand, français*. Paris : Eyrolles, 1970.

Capron, J. *Lexique de la bourse et du commerce des valeurs mobilières*. Montréal : Office de la langue française, s.d.

Centre National de la Recherche Scientifique, ILF. *Répertoire des dictionnaires scientifiques et techniques 1950-1975*. Paris : CILF, 1978.

Chambre de commerce et d'industrie de Paris. *Petit dictionnaire du commerce extérieur* Paris : Centre de renseignements et de formalités pour le commerce intérieur et extérieur, Imp. Augustin, s.d.

Chasseul, G. *Vocabulaire usuel du transport international*. Trilingue : anglais, français, allemand. Paris : Ed. Celse, 1976.

Clément, J. R. *Dictionnaire des industries alimentaires*. Paris : Masson, 1977.

Colle et Bernard. *Dictionnaire commercial*. s.l.: Editions Ouvrières, s.d.

Commission électrotechnique internationale. *Index général du vocabulaire électrotechnique international*. Genève : Bureau Central de la C.E.I., 1975.

Compagnie Générale Électrique du Canada, *Lexique anglais-français des interrupteurs de positions*. Montréal, 1977.

Compagnie Générale Électrique du Canada. *Lexique anglais-français des transformateurs de puissance*. Montréal, s.d.

Dagenais, G. *Dictionnaire des difficultés de la langue française au Canada*. Montréal : Editions Pédagogia, 1967.

Deinhard, Karl, et Alfred Scholmann. *Illustrated Technical Dictionaries in six languages : English, Russian, French, Italian, Spanish*. London, Berlin : 1906, 1932 (17 vol).

De Renty, Ivan. *Lexique de l'anglais des affaires*. Paris : Livre de Poche, 1974.

De Vries, Louis. *French-English Science Dictionary* for Students in Agricultural, Biological, and Physical Sciences. New York, 1940.

De Witt, Willcox Cornelis. *French-English Military Technical Dictionary*
Dictionnaire de médecine Flammarion : 1800 termes définis avec leur traduction anglaise. Paris : Elisem, 1974.
Dion, Gérard. *Vocabulaire français-anglais des relations professionnelles.* Québec : Presses de l'Université Laval, 1975.
Druilhe, A. E., and A. E. Devsine. *Dictionnaire anglais-français et lexique français-anglais des termes politiques, juridiques et économiques.* Paris : Flammarion, 1978.
Dupont, Charles, et Jacquesa Lethuillier. *Dictionnaire anglais-français de l'hôtellerie et de la restauration.* Montréal : Sodilis, 1981.
Filkins, J. H., and D. L. Caruth. *Lexicon of American Business Terms.* New York : Simon and Schuster, 1973.
Ginguay, M., et A. Lauret. *Lexique d'informatique.* Paris : Masson, 1973.
Ginguay, Michel. *Dictionnaire d'informatique anglais-français.* Paris : Masson & Cie, 1975.
——. *Dictionnaire d'informatique français-anglais.* Paris : Masson, 1972.
Glomot, Sylvain, et Henri Salen. *Dictionnaire de la publicité et du marketing anglais-français, français-anglais.* Paris : La Maison du dictionnaire, 1978.
Harvard, Joseph, and Félix Rose, *Bilingual Guide to Business and Professional Correspondence.* French-English. Oxford : Pergamon Press, 1965.
Hazard, Jean. *Dictionnaire anglais-français et français-anglais des termes de marine, du navire, pont et machine.* Paris, s.d.
Hepp, Terence. *Sports Dictionary in Seven Languages.* Berlin : Sportverlag, 1962.
Jeraute, J. *Vocabulaire franco-anglais et anglais-français de termes et locutions juridiques.* Paris : Librairie générale de droit et de jurisprudence, 1952.
Kettridge, J. O. *French-English Dictionary of Commercial and Financial Terms, Phrases, and Practice.* London and Henley : Routledge and Kegan Paul, 1976.
——. *French-English and English-French Dictionary of Technical Terms and Phrases used in Civil, Mechanical, Electrical and Mining Engineering, and Allied Sciences and Industry.* London and Henley : Routledge and Kegan, Paul, 1976.
King, G. G. *Dictionnaire français-anglais, économique et financier de l'anglais au français.* Montréal : Les Editions de l'homme, 1972.
Lafond, Eugène. *Dictionnaire économique et financier de l'anglais au français.* Montréal : Les Editions de l'homme, 1972.
Lemeunier, F. *Dictionnaire juridique, économique et financier.* Paris : Delmas, 1969.
Lengenfelder, H., ed. *International Bibliography of Dictionaries.* New York : Bowker, 1978.
Lexique international microprocesseurs. Paris : Sybex, 1981.
Lilen, H., and P. Morvan. *Dictionnaire de définitions avec lexique anglais-français: micro-informatique et micro électronique.* Bruxelles : Integrated Computer Systems, 1976.
Malgorn, Guy M. *Lexique technique anglais-français, machines ou mines, moteurs à combustion interne, aviation, électricité, constructions navales, métallurgie, commerce.* Paris : s.l., 1950.
Newmark, Maxim. *Dictionary of Science and Technology in English, French, German, Spanish.* New York, 1943.
Office de la Langue Française, *Lexique anglais-français de l'électonique au Québec.* Québec: Gouvernement du Québec, 1974.
Peron, M. *Dictionnaire français-anglais, anglais-français des affaires.* Paris : Larousse, 1968.
Pessis-Pasternak, Guitta. *Dictionnaire de l'audiovisuel français-anglais et anglais-français.* Paris : Flammarion 1976.
Philippe, Jean. *Lexique trilingue de la machine outil et de l'outillage.* Paris : Dunod, 1964.
Quemner, Thomas Adolphe. *Dictionnaire juridique: droit, finance, commerce, douanes assurances, administration.* Paris : 1953.

BEST COPY AVAILABLE

SH3

Sell, Lewis. *English-French Comprehensive Technical Dictionary of the Automobile and Allied Industries.* New York : s.l., 1942.
Servotte, J. V. *Dictionnaire commercial et financier.* Anvers : Les Nouvelles Editions Marabout, 1978.
Van Hoff, H. *Terminologie économique/Economic Terminology.* Munich and Paris : Dunod, 1967.
Vocabulaire de l'administration. Paris : Hachette, 1978.
Vocabulaire de l'hydrologie et de la météorologie. Paris : La Maison du dictionnaire, 1978.
Vocabulaire du béton industriel. Paris : Enrolles, 1976.
Webber, Edoardo. *Technical Dictionary in Four Languages: English, Italian, French, and German.* London, 1917.
Wittmann, Klos, éd. *Dictionary of data processing/Dictionnaire du traitement des données et de son application dans l'industrie, l'administration et l'économie.* Amsterdam : Elsevier Scientific Pub., 1977.
Wuster, Eugene. *Dictionnaire multilingue de la machine-outil.* Londres : Technical Press, 1967.
Zlatovski, George, et Peter Russek. *Dictionnaire technique de l'automobile.* Paris : Dunod, 1973.

NORTHERN ILLINOIS UNIVERSITY

Modern French Vocabulary
by Leon J. Cohen

Some readers have objected to an "old-fashioned" word I listed (it was in a 1981 publication); others remind me that there has long been another suitable word for the one I chose. Sometimes there are two words with roughly the same meaning that are currently used, e.g. *coller* or *talonner; natalité dirigée* or *contrôle des naissances; programmerie* or *logiciel; séparateur* or *médiane.* At any rate, the words listed in these columns come from authentic and rather recent French sources.

Professor Richard J. Melpignano furnished items one through five. They come from Pierre Gilbert, *Dictionnaire des mots contemporains* (Paris: Les Usuels du Robert, 1980). Items fifteen through twenty-two were suggested by Professor Jeffrey T. Chamberlain.

Here is my list:	Here are the suggested answers:
1. hang glider	1. deltaplane (m)
2. snow removal	2. déneigement (m)
3. wading pool	3. pataugeoire (f)
4. road-salting truck	4. saleuse (f)
5. magic marker pen	5. crayon-feutre (m)
6. egg roll	6. rouleau du printemps (m)
7. built-in	7. encastré
8. elevator shoes	8. souliers compensés (m)
9. water bed	9. matelas à eau (m)
10. teleprompter	10. télésouffleur (m)
11. gang rape	11. viol collectif (m)

Français commercial
devoir à remettre à la fin du cours

En vous rapportant aux documents ci-joints, rédigez six lettres, trois provenant des Etablissements DUBOIS & GROS et trois écrites par Monsieur Robert Teissier.

ETablissements DUBOIS & GROS
25, rue Falguère
75015 Paris

Monsieur Robert TEISSIER
6, rue du Général-Leclerc
88200 Remiremont

(voir documents no. 1, 2, 3)

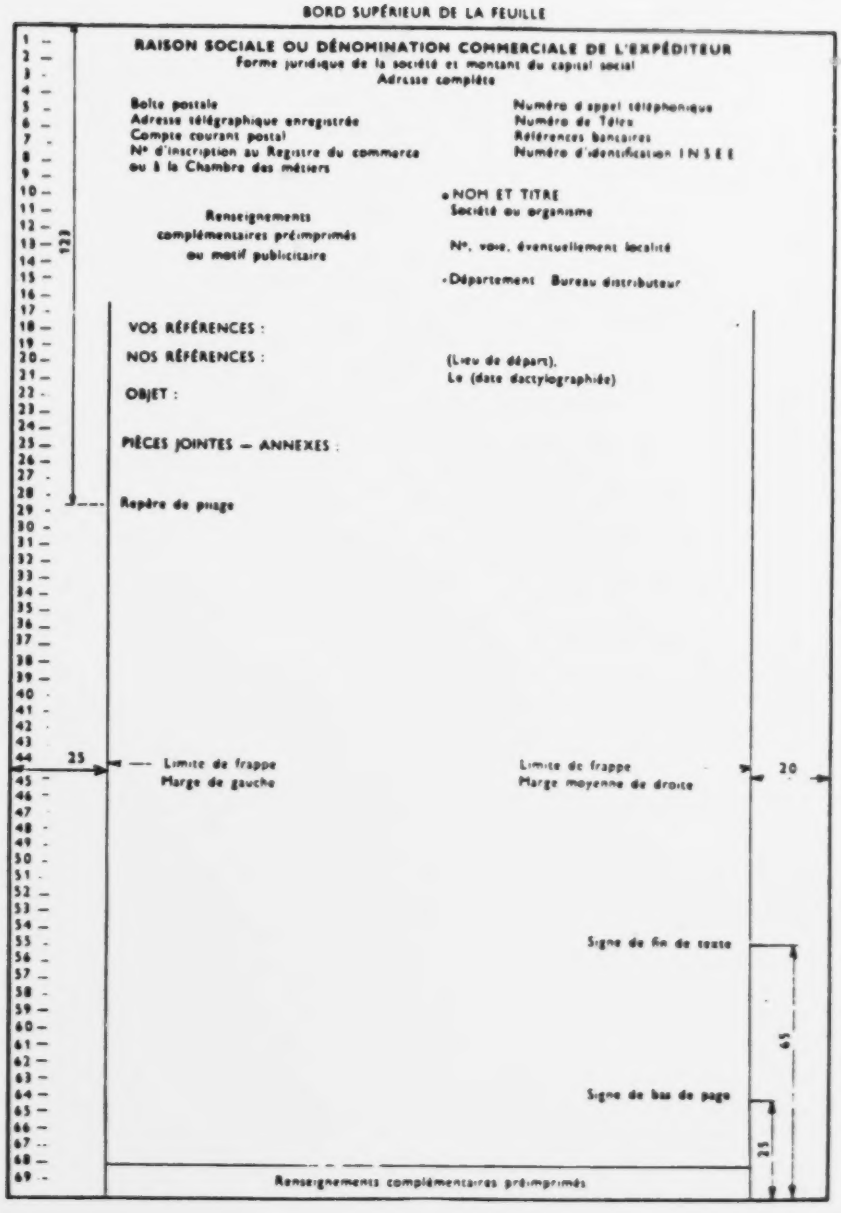
Contenu des Lettres

I. La demande de renseignements et réponse (voir doc. No. 4)
Robert Teissier souhaite entrer en relations avec les Etablissements Dubois & Gros pour des livraisons périodiques d'articles de votre choix. Précisez-les, donnez des références et demandez les conditions.

II. La commande et réponse (voir doc. No.5)
Passez une commande. Indiquez le mode de paiement choisi. Insistez sur les conditions de vente telles que les Etablissements Dubois & Gros vous les avaient précisées.

III. La modification de la commande et réponse (voir doc. No. 6)
Ayant reçu une commande de M. Teissier, les Etablissements Dubois & Gros se voient dans l'impossibilité de livrer et indiquent l'une des raisons ci-après:
grève, manque de matières premières, stock épuisé, pas de vente en détail, prix limite non acceptable, délai de livraison trop restreint.
Dans la mesure du possible, les Etablissements essaient néanmoins de satisfaire ce client intéressé par leur maison.
La réponse de M. Teissier: il annule la commande.

(1)



Lettre au format A 4. — Emploi des différentes zones

BEST COPY AVAILABLE

Présentez votre lettre comme en France

1 L'en-tête

Regardez les en-têtes suivantes :

COTA
CENTRE D'ORGANISATION
TECHNIQUE ET ADMINISTRATIVE
10, rue Jean-Jaurès · 92807 PUTEAUX · Tél. : 778 18.00 · R.C. 702 048 646 B PARIS
SOCIETE ANONYME AU CAPITAL DE 300.000 F · SIRENE 702 048 646 00013
MATÉRIELS DE CLASSEMENT
BUREAUX ET AGENCEMENTS

LIBRAIRIE HACHETTE
TÉL. 329 17 24
ADRESSE TÉLÉGRAPHIQUE HACHECI PARIS 25
C C P PARIS 2683
BOITE POST. PARIS 1580
SOCIETE ANONYME AU CAPITAL DE 80 320 000 F
79, BOULEVARD SAINT GERMAIN PARIS 6e
75261 - PARIS - Cedex 06
R. C. PARIS B 3[illegible]

IK
KORÈS
siège social
et services commerciaux
2, rue de valenciennes
boîte postale n° 119
75463 paris cedex 10
tél. 203 32 64
chèques postaux paris 1195 51
enregistreur automatique
de messages et commandes
tél. 208 13 93
télégrammes
korescarbo paris
telex 21684 korcarbo
usine à meaux (77100)
société anonyme au capital de 6 millions de francs • siret 57 200 8555 000 11 APE 5004

SUDAC
SOCIÉTÉ URBAINE D'AIR COMPRIMÉ
5, RUE DE LIÈGE · 75 PARIS IX · TÉLÉPHONE : 874 · 35 · 96
DISTRIBUTION D'AIR COMPRIMÉ DANS PARIS ET SA BANLIEUE PAR 3 CENTRALES DE COMPRESSION ET 800 KM DE CANALISATIONS
SUDAC SOCIETE ANONYME AU CAPITAL DE 9 465 000 F · R.C. PARIS B 542 075 535 · C.C.P. PARIS 7253 01

• **Ce qui est obligatoire** : lieu et numéro d'immatriculation au registre du commerce, dénomination sociale, forme juridique, montant du capital des sociétés commerciales.

• **Ce qui est utile** : adresse, B. P. (boite postale), tél. (téléphone), Télex, Adr. Télégr. (adresse télégraphique), C.C.P. (Compte chèque postal).

Vous voulez écrire, téléphoner, télégraphier, envoyer un télex, verser de l'argent, à chacune des entreprises. Donnez chaque fois la partie de l'en-tête que vous utilisez.

(3)

COMMENT COMMENCER UNE LETTRE

Dans la *suscription* (qui sera répétée sur l'enveloppe ou apparaîtra dans son panneau transparent), évitez les abréviations :

Écrivez :	**N'écrivez pas :**
Monsieur,	*M.*
Monsieur le Directeur,	*M. le Dr*
Docteur,	*Dr*
Société,	*Sté*

N'usez des sigles, si cela vous paraît utile, qu'à la suite de la dénomination complète qui les traduit :

Société Internationale de Vente d'Appareils Ménagers (*S.I.V.A.M.*).

Ne les employez seuls que s'ils figurent seuls dans « l'en-tête » de la lettre de votre correspondant.

L'*appellation*, que l'on fait figurer en tête et à gauche du texte de la lettre, tient compte, s'il y a lieu :

de la fonction du destinataire :

Monsieur le Directeur,
Monsieur l'Inspecteur,
Monsieur le Chef du personnel,

de certains usages :

Maître,
Docteur,

de l'état des relations :

Cher Monsieur,
Mon cher ami,

Le plus souvent on écrit (en toutes lettres) :

Monsieur,
Madame,
Messieurs (si la lettre est destinée à une société).

Le début du texte de la lettre est fonction des cas suivants :

— réponse à une lettre,
— première prise de contact,
— rappel d'une lettre antérieure.

a) **Début d'une réponse à une lettre.**

Il est d'usage de toujours accuser réception d'une lettre reçue, en rappelant la date et l'objet de cette lettre si l'on n'a pas déjà porté ces indications en référence :

Nous avons bien reçu votre demande de prix du ...
Nous vous accusons réception de votre lettre du ... relative à ...

Cette seconde formule, bien que correcte, a l'inconvénient de faire se succéder *vous* et *votre*.

On peut préférer d'autres entrées en matière, moins banales, plus concises, exp imant d'abord soit des remerciements, soit l'attitude prise à l'égard de la lett e reçue :

Nous vous remercions de l'intérêt témoigné par votre demande du ...
Très surpris par le contenu de votre lettre du ..., nous avons immédiatement rec rché ...

Voici quelques autres exemples dont vous pourrez vous inspirer :

En réponse à votre lettre indiquée en référence, ...
Très sensible aux termes de votre lettre du ..., je vous remercie ...
Par votre lettre du ... vous avez bien voulu me faire connaître ... (me faire savoir ..., m'informer ...).
Il nous a été agréable d'apprendre, par votre lettre du ...

Lorsqu'il s'agit d'une réponse négative (refus, suite ne pouvant être donnée, désaccord...), il est bon de l'atténuer par un préambule qui ménage la susceptibilité du correspondant. On écrira, par exemple :

Par votre lettre du ... vous avez bien voulu me demander ... Il m'aurait été très agréable de satisfaire ... En raison de ... je suis malheureusement au regret de ne pouvoir ...

Remarquez que, dans cet exemple, le refus se trouve motivé avant d'être formulé. On aura, le plus souvent, intérêt à procéder de même sorte.

b) **Première prise de contact.**

S'exerçant dans l'inconnu, cette prise de contact par correspondance n'est pas toujours aisée. Il est alors préférable de s'en tenir à des introductions courantes, sans rechercher l'originalité.

Toutefois les *lettres de vente*[1], qui doivent frapper l'imagination, peuvent échapper à cette règle. Elles s'inspirent le plus souvent des dernières techniques publicitaires, elles-mêmes basées sur les applications pratiques de la psychologie.

Chaque fois qu'une lettre offre à son destinataire la perspective d'une affaire à réaliser, il vaut mieux qu'elle aborde immédiatement le sujet :

Nous vous serions très reconnaissants (obligés) de bien vouloir ...
Je serais désireux de connaître vos conditions de livraison de ...
Veuillez avoir l'obligeance de m'adresser votre récent catalogue ...

c) **Rappel d'une lettre antérieure.**

Il est assez fréquent que l'on doive rappeler une lettre restée sans réponse. Même si l'on peut supposer qu'il y a négligence ou mauvaise volonté du correspondant, il faut se garder de laisser percer un mouvement d'humeur ou une critique à son égard.

En pareil cas, on peut s'exprimer ainsi :

Par lettre du ..., je vous demandais ...
Dans une récente lettre, dont copie ci-jointe, je vous priais de ...
Je me permets de rappeler à votre bienveillante attention ma lettre du ..., par laquelle ...
Nous vous confirmons notre lettre du ..., par laquelle nous vous priions de ...

1. Ces lettres de vente, plus difficiles à rédiger, seront étudiées au chapitre X.

Situation 2 : Le vendeur accepte la commande

4

La maison Tissus d'Aujourd'hui a reçu la commande de M. MACHOT (cf. p. 96). Elle répond tout de suite par la lettre ci-dessous :

TISSUS D'AUJOURD'HUI
Tissus en tous genres : ameublement, habillement
Société Anonyme au Capital de 1 000 000 de Francs
Siège Social : 48, avenue du Général Leclerc
B.P. 76 - 59100 ROUBAIX CEDEX
R.C. ROUBAIX B 774-490-606

Tél. : (20) 54-26-32

Monsieur le Directeur
Entreprise MACHOT
29, quai de l'Allier
B.P. 126
03004 MOULINS CEDEX

Roubaix,
le 28 septembre 1977

Vos Réf. : A.M./d.c./6879

Nos Réf. : CT.YG/8497

Objet : Commande de nylon

Messieurs,

Nous accusons réception de votre lettre du 21 septembre dernier nous adressant commande de 800 mètres de tissu nylon orange vif T. N. 212 à 13 francs le mètre.

Cette commande vous sera livrée, comme convenu, sous huit jours, par la route, directement à vos ateliers de Bordeaux. Nous vous rappelons que le transport sera à vos frais et que le paiement sera effectué comptant.

En vous assurant que nous apporterons tous nos soins à l'exécution de cette commande, nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments dévoués.

Le Directeur commercial,

Claude TAQUE

(5)

Teintures et Apprêts du Nord
101, boulevard de Tourcoing
59100 ROUBAIX

18 novembre 1977

TISSAGES DE FENAIN
59179 FENAIN

CONFIRMATION DE COMMANDE

Notre Réf. : 329 T 77
Votre Réf. :

Messieurs,

Faisons à notre entretien téléphonique d'hier 17 novembre 1977 et vous confirmons notre accord pour le traitement :

de 50 (cinquante) pièces de toile polyester et laine

aux conditions générales de la Fédération des Teintures et Apprêts et aux conditions particulières suivantes :

MARCHANDISES : 50 pièces Toile 1/3 Polyester et 2/3 Laine.

DESIGNATION : 10 pièces noir à l'échantillon fourni par vos soins
20 pièces bleu marine, à l'échantillon fourni par vos soins
10 pièces crème à l'échantillon fourni par vos soins
10 pièces beige clair à l'échantillon fourni par vos soins.

PRIX : 4 francs H.T. pour le bleu marine et le noir
3 francs H.T. pour le crème et le beige clair.

PAIEMENT : net à 30 jours fin de mois par traite acceptée et domiciliée.

DELAI DE LIVRAISON : 3 semaines après réception des pièces écrues.

LIEU DE LIVRAISON : Draperies du Sentier, 24, rue du Sentier, 75002 PARIS.

Nous vous serions reconnaissants de nous confirmer votre accord sur les termes précités en nous renvoyant le double bleu de cette confirmation, signé par vous.

Nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments dévoués

N B Les conditions générales sont celles indiquées p 63

Applications

En utilisant ce modèle, imaginez trois commandes différentes.

Ensuite, pour chacune, reprenez les éléments et rédigez la commande sous forme de lettre (un exemple-type est donné avec les corrigés de lettres, dans le livret d'accompagnement).

Le fournisseur a juridiquement le droit de refuser d'accorder l'annulation (ou la réduction) d'un ordre qu'il se préparait à exécuter dans le respect de ses propres engagements. Sa réponse tiendra compte de la qualité du client (ancien, occasionnel), de la nature des articles décommandés (de vente courante, fabriqués spécialement), du volume de la commande, etc.

b) L'annulation de commande peut être consécutive au non-respect de clauses qui engagent le *fournisseur*, par exemple celle du délai de livraison.

Dans ce cas, c'est l'acheteur qui est en position juridique forte, et le vendeur, s'il veut s'efforcer de maintenir la commande, répondra par des propositions nouvelles susceptibles de satisfaire le client.

Annulation de commande

(6)

le 13 février 19..

Monsieur,

Nous venons vous rappeler notre lettre du 18 janvier par laquelle nous vous avions commandé :

- 1 000 mètres de TOILE DE LYON à ... F,
- 2 000 - de FLANELLE MIXTE à ... F,
- 1 000 - de BOLIVAR DE COTON à ... F,

en vous priant de nous adresser ces articles pour le 1er février au plus tard, ordre dont, par votre lettre du 20 janvier, vous nous aviez accusé réception et promis l'exécution pour le délai fixé.

N'étant pas encore, à ce jour, en possession des dits articles nous subissons de ce fait une perte assez appréciable, nos clients habituels s'étant, durant la quinzaine du Blanc, orientés vers des magasins concurrents.

Le délai de livraison étant largement dépassé, ces articles ne présentent plus pour nous le même intérêt. Nous sommes donc au regret d'annuler notre commande.

Si toutefois les articles devaient encore nous parvenir, nous serions obligés de vous les laisser pour compte, car nous ne pouvons emmagasiner des tissus dont l'écoulement se ferait, à présent, trop lentement.

Nous vous rendons responsable du dommage que nous a causé ce retard de livraison, ce qui nous paraît évident et légal, et nous attendons vos propositions à ce sujet.

Agréez, Monsieur, nos meilleures salutations.

BOUILLOT

BEST COPY AVAILABLE

français commercial
test: la publicité

Nom_____

Faites uhe étude critique d'un des placards publicitaires ci-joints. Il faut y incorporer les réponses aux questions suivantes:

1. Quel public vise le placard?

2. Est-ce que vous trouvez un élément psychologique dans cette publicité?

3. Quel rôle jouent
   a. la photo (pourquoi tant de gens (Renault), une seule personne (Mir)?)
   b. le texte
   c. le titre

4. Est-ce que la mise en page vous paraît bonne? Si non, comment l'auriez-vous faite?

Publicité Renault : « La complice » 223-2

Pour réussir votre évasion choisissez bien votre complice.

Préferez la discrete mais sûre, originale mais résistante, débrouillarde et pratique... En un mot, preferez la Renault 4.

La Renault 4 c'est la complice idéale des week-ends campagnards et des évasions champêtres.

Pleine de soleil et de joie de vivre, elle adore les longues promenades, sur la plage et les sentiers ignorés des promeneurs du Dimanche.

Amusante à conduire, facile à entretenir, encore plus facile à vivre, la Renault 4 possède toutes les qualités d'une voiture qui vous donnera beaucoup en vous demandant peu.

Se chargeant de tout et prête à vous emmener au bout du monde, la Renault 4 n'a pas fini de vous étonner. Laissez-vous séduire.

RENAULT

Les Renault sont lubrifiés par elf

553

SI VOUS AVEZ DIT A VOTRE FILLE DE GARDER LA MONNAIE DES PRODUITS D'ENTRETIEN..

Et si elle revient avec une dose Mir pour vous, et beaucoup de choses pour elle, ne vous étonnez pas. C'est qu'elle est plus maligne que vous.

Elle sait que la dose Mir ne coûte pas cher.

Et que Mir Liquide nettoie tout.

La baignoire ou elle joue (au lieu de se laver).

Les carrelages de la cuisine après l'heure du goûter.

La vaisselle des repas. Et les vitres ou elle pose son nez et ses doigts.

Sans oublier les chandails de toute la famille.

La dose Mir fait tout ça. Et elle ne coûte presque rien.

Regardez donc tout ce que votre fille s'est offert avec la monnaie!

Mini Mir. Mini Prix.
Mais il fait le Maximum.

Publicité parue dans *Femme pratique* (n° 119, de juin 1973)

test: C.V. Nom_____

Choisissez une des petites annonces suivantes pour votre lettre de compagnement:

1. Dessinateur
Exécution
Expérience demandée
pour studio de publicité
Riverchelles
7, bd des Capucines (2e)
tel. 233-67-28

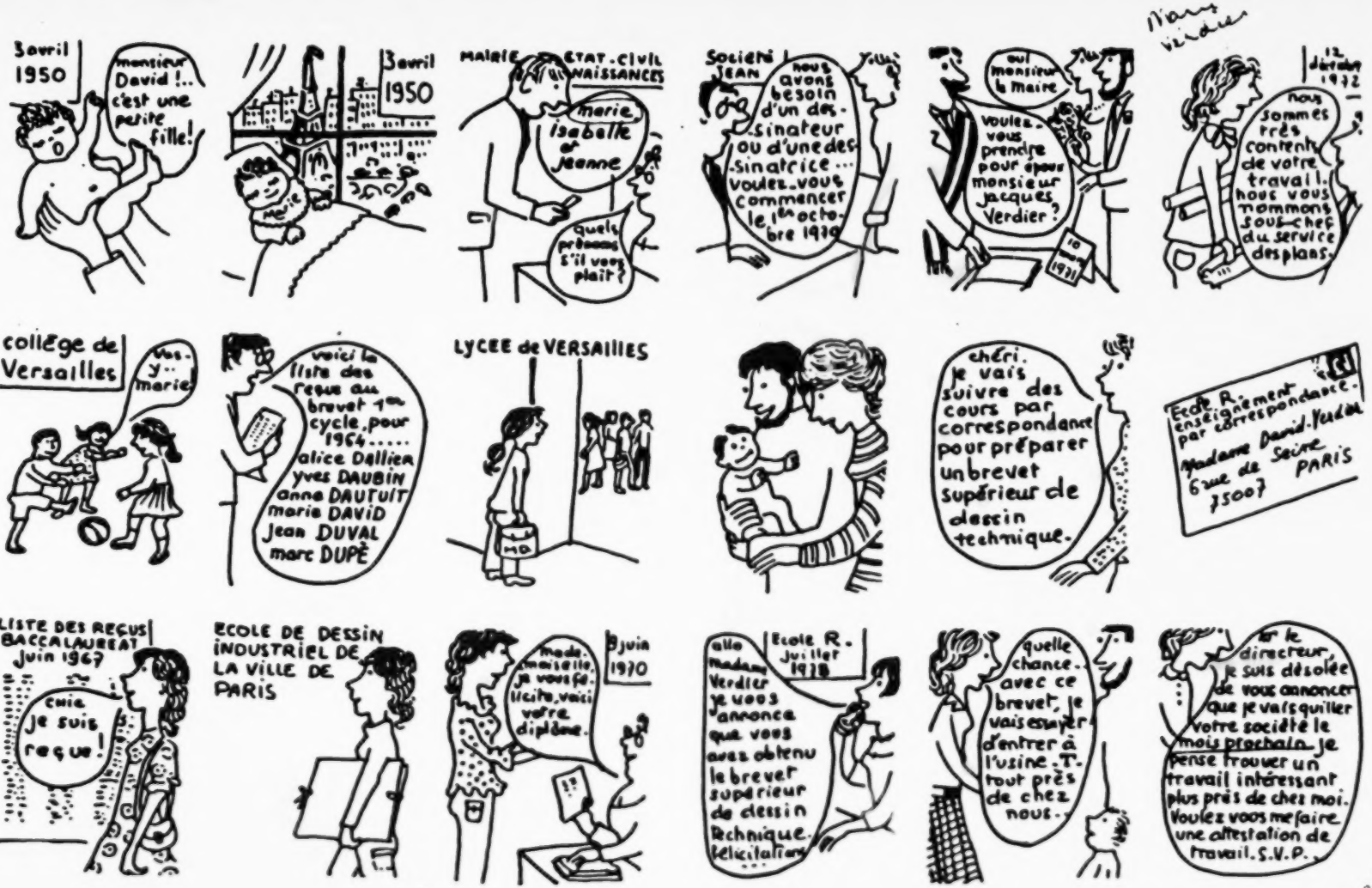
2.

L'EXPRESS

LES ENTREPRISES VOUS PROPOSENT

Société BROSSETTE Dépt AFRIQUE
recherche
pour diriger son B.E. à LYON
DESSINATEUR CHEF DE GROUPE
ayant grande expérience de menuiserie aluminium
Connaissance de l'Anglais indispensable
La personne recherchée aura la position CADRE et sera appelée à se déplacer fréquemment en Afrique Noire
Env. C.V. + photo + prétentions sous réf. 535 à ARCHAT, 69288 LYON Cedex 1, qui transmettra
EI

BEST COPY AVAILABLE


3 avril 1950
monsieur David !... c'est une petite fille!
3 avril 1950
MAIRIE ETAT-CIVIL NAISSANCES
marie isabelle et jeanne
quels prénoms s'il vous plaît?
Société JEAN
nous avons besoin d'un dessinateur ou d'une dessinatrice... voulez-vous commencer le 1er octobre 1970
oui monsieur le maire
voulez-vous prendre pour épouse monsieur Jacques Verdier?
10 janvier 1971
Mairie Versailles
12 décembre 1972
nous sommes très contents de votre travail. nous vous nommons sous-chef du service des plans.
collège de Versailles
vas-y... marie
voici la liste des reçus au brevet 1er cycle, pour 1964..... alice DALLIEN yves DAUBIN anne DAUTUIT marie DAVID Jean DUVAL marc DUPÉ
LYCEE de VERSAILLES
chéri. je vais suivre des cours par correspondance pour préparer un brevet supérieur de dessin technique.
Ecole R. enseignement par correspondance. Madame David-Verdier 6 rue de Seine PARIS 75007
LISTE DES REÇUS BACCALAUREAT Juin 1967
cuic je suis reçue!
ECOLE DE DESSIN INDUSTRIEL DE LA VILLE DE PARIS
9 juin 1970
mademoiselle je vous félicite, voici votre diplôme.
allo Madame Verdier je vous annonce que vous avez obtenu le brevet supérieur de dessin technique. félicitations
Ecole R. Juillet 1978
quelle chance. avec ce brevet, je vais essayer d'entrer à l'usine. Tout près de chez nous.
Mr le directeur, je suis désolée de vous annoncer que je vais quitter votre société le mois prochain. je pense trouver un travail intéressant plus près de chez moi. Voulez vous me faire une attestation de travail. S.V.P.

Rédigez le *curriculum vitæ* de cette personne.

BEST COPY AVAILABLE

Français commercial
chapitre 2

Nom_____

1. Quand vous expédiez de la marchandise, il faut toujours y joindre_____.

2. Le client reçoit d'abord_____qui l'avise qu'on a expédié la marchandise. Puis il reçoit_____ qui lui indique combien il doit payer.

3. A l'entreprise c'est le service_____qui s'occupe des paiements des clients.

4. Si l'entreprise n'est pas responsable de ce qui arrive (happens) aux marchandises une fois expédiées, les marchandises voyagent _____du destinataire.

5. Si la marchandise est endommagée, c-à-d_____, le client ne doit pas l'accepter.

Réponses

1. un bordereau d'expédition
2. - une lettre d'avis d'expédition
   - une facture
3. de comptabilité
4. aux risques et périls
5. avariée